



Badgestaltung mit Sanitärprodukten von Agape; Boden aus hellbeigem Giallo Atlantide, gebürstet

Komplettanbieter durch Kooperation

Bäder mit Naturstein plant und gestaltet schon seit 30 Jahren die Schubert KG aus Ingolstadt. Mit ihren individuellen Komplettlösungen setzt die Firma im gehobenen Innenausbau Zeichen für die Branche. GF Henry Schubert sprach mit Naturstein über sein Fachgebiet.



Henry Schubert setzt auf Individualität und Kompetenz.

Naturstein: Herr Schubert, ahnten Sie 1980 schon, welches Potenzial in Natursteinbädern steckt?

Henry Schubert: Nein, nicht wirklich. Ich wuchs im elterlichen Steinmetzbetrieb auf, der hauptsächlich für die Bau- und Grabmalbranche tätig war. Dass wir Anfang der 80er Jahre mit der Gestaltung von Natursteinbädern begannen, ergab sich aus meiner Leidenschaft zur Innenarchitektur. In Magazinen aus Italien, Frankreich und den USA studierte ich begeistert die vielfältigen Möglichkeiten in Bezug auf Design, Material und Ausführung. Bald wusste ich: 'Das will ich tun!'. Gesagt – getan: Der Zeitpunkt passte, denn als wir mit der Gestaltung von Bädern begannen, entwickelte sich auch die Nachfrage nach Naturstein im Bad. Wir waren also unter den Pionieren. Dass Natursteinbäder heute so im Trend liegen, ist unser Glück.

Was ist heute anders als früher?

Früher mussten Leute, die Naturstein einsetzen wollten, reicher sein als heute. In den letzten zehn Jahren ist die Nachfrage

nach Natursteinbädern um ein Vielfaches gestiegen. Allerdings weniger im Premiumbereich als in der Käuferschicht darunter, die auch deutlich preisbewusster ist. Wir haben uns sehr schnell auf den gehobenen Innenausbau spezialisiert. Dieser Markt ist stabiler und in schlechten Zeiten nicht so sehr vom Verdrängungswettbewerb betroffen. Unsere Kunden wünschen gute Qualität und sind bereit, dafür zu bezahlen. Sie überlegen dennoch sehr genau, ob und in was sie investieren und durchschauen übertrieben hohe Preise schnell. Zudem kaufen auch Premiumkunden nicht mehr ohne Rabatt. Deshalb ist es für uns sehr wich-

»Verlässliche Partner sind für Architekten bei der Badgestaltung im Premiumbereich überlebenswichtig.«

Messestand auf der Heim+Handwerk in München; Boden: Marmor Carrara Statuario, poliert

tig, die exklusiven Vertriebsrechte dreier italienischer Sanitärzulieferer zu besitzen. So bekommen wir eine auskömmliche Handelsspanne.

Wie haben Sie ihr Unternehmen dorthin gebracht, wo es heute steht?

Ein erster wichtiger Schritt war die Verlagerung unseres Betriebs von Mörsheim nach Ingolstadt im Jahre 1965. Plötzlich hatten wir ganz andere Möglichkeiten der Kundengewinnung. Ein weiterer Anstoß kam von einem späteren Kunden, der eine Komplettlösung von mir erwartete. So suchte ich mir zunächst einen Innenarchitekten für die Planung. Vertrauenswürdige Partner aus weiteren, für den Bäderbau relevanten Gewerken fanden sich nach und nach. Heute habe ich ein gut funktionierendes Netzwerk aus qualifizierten Subunternehmern. Zusammen verfügen wir über das nötige Know-how, um sehr hochwertige Arbeit liefern zu können. Für unsere Kunden gibt es nur zwei Ansprechpartner: mich oder meine Frau Marion.



»Immer häufiger stehen wir vor der Herausforderung, ein tolles Bad auf kleiner Fläche zu gestalten.«



Wellness pur: Hamam mit Wand und Sitzbank aus dem spanischen Marmor Emperador, gebürstet (Foto: Franz Richarz)



Privatbad mit Waschtisch und Boden aus Biancone, gebürstet

Wo produzieren Sie?

Alles, was Natursteinarbeiten betrifft, fertigen wir in unserer eigenen Werkstatt. Für individuelle Lösungen im Premiumbadbereich ist viel Handarbeit und große Flexibilität gefragt, wenn z. B. Teile schnell ersetzt oder repariert werden müssen. Alle weiteren Produkte kommen von unseren Zulieferern oder Netzwerkpartnern.

Welche Trends stellen Sie fest?

Farblich sind nach wie vor Erdtöne (Cremer bis Braun) sehr gefragt – aber auch Schwarz. Allerdings in Kombination mit wärmeren Farben – man will sich ja im Bad wohlfühlen. Viele meiner Kunden wollen Sandsteine mit gleichmäßiger, feiner Struktur für dezente Eleganz. Gebürstete Oberflächen und Großformate

liegen ebenfalls im Trend. Letzteres ist ein Vorteil für unsere Steinmetzbranche, da viele Fliesenleger sich an diese Formate noch nicht herantrauen. Was die Ausstattung betrifft, werden freistehende Badewannen in Kombination mit Mosaiken sowie Duschen zum Durchlaufen stark nachgefragt. Im Premiumbereich stelle ich z. T. auch eine Rückkehr zu ganz klassischen, polierten Materialien, wie z. B. Statuario, fest.

PORTRAIT

ERFOLGSGESCHICHTE SCHUBERT KG

1953 wurde das Unternehmen von Henry Schuberts Vater Gerhard in Mörsheim gegründet. Verkauft wurde anfangs nur Rohmaterial aus eigenen Brüchen im Solnhofener Raum. 1965 verlagerte man den Firmensitz nach Ingolstadt und begann mit dem Import von Rohplatten aus Italien. Schon mit 16 Jahren arbeitete Henry Schubert parallel zur Schule im elterlichen Betrieb mit und absolvierte nach dem Abitur eine Steinmetzlehre. 1984 startete das Unternehmen mit dem Bau von Werkstatt, Lagerhalle, Verwaltung und Ausstellung; Henry Schubert legte die Steinmetzmeister- und Steintechnikerprüfung ab. Zum ersten Mal präsentierte sich die Firma 1989 mit einem Messestand auf der Heim+Handwerk in München, zwei Jahre später auf der ISH in Frankfurt. 2000 eröffneten die Schuberts ihren zweiten Showroom »133«. 2008 wurde die Schubert GmbH zur Schubert KG. Die Firma bedient hauptsächlich Pre-

miumkunden im Raum südlich von Frankfurt in den Bereichen Bad, Bau und Grabmal. Ein deutlicher Schwerpunkt liegt in der Planung und Fertigung von Natursteinbädern. Ob Einzel-element oder Komplettlösung - Schubert bietet alles aus einer Hand. Bei der Umsetzung unterstützen Subunternehmer wie Installateure, Schreiner und Saunabauer. Natursteinarbeiten werden eigenhändig im Betrieb gefertigt. Im Sanitärbereich arbeitet Schubert mit verschiedenen Zulieferern zusammen, v. a. die drei Italiner Agape, Boffi und Antonio Lupi. Für sie besitzt die Schubert KG die exklusiven Vertriebsrechte im Großraum Ingolstadt. Gestaltungsentwürfe stammen von Henry Schubert selbst oder seinem Innenarchitekten; seine Ehefrau Marion ist u. a. für Verwaltung und Kundenberatung verantwortlich. Darüber hinaus unterstützen Innenarchitekten, Steinmetzgesellen und kaufmännische Mitarbeiter das Tagesgeschäft.

Wie wichtig sind für Sie Messen?

Um Trends auszuloten und für den Fliesen- und Sanitärbereich ist für mich die Cersaie am bedeutendsten. Gleich danach kommt die Marmomacc. Um Architekten zu erreichen waren wir dieses Jahr zum ersten Mal auf der BAU – und das sehr erfolgreich. Verlässliche Partner sind für Architekten bei der Badgestaltung im Premiumbereich wichtig – und als solch einen sehen wir uns. Mir selbst garantieren derartige Kontakte einen gewissen Basisumsatz. Auf Natursteinmessen gehe ich nur als Besucher, v. a. um bei großen Firmen wie Rossitis oder Antolini nach Neuigkeiten Ausschau zu halten.

Inwieweit spüren Sie die Krise?

Zum Jahreswechsel schien es, als hätte jemand einen Schalter umgelegt: Die Entschlussfreudigkeit meiner Kunden war gleich Null. Zum Glück hatten wir damals einen Puffer durch den Vor- und

Nachlauf einiger Projekte. Seit einigen Monaten zieht die Auftragslage aber wieder deutlich an.

Wo sehen Sie Wachstumspotenzial?

Eindeutig im Wellness- und Sanierungsbereich. Ich bediene hauptsächlich Privatkunden der Generation 50+. Sie haben erkannt, wie wichtig der Erhalt der Gesundheit für ihre Lebensqualität ist. Also investieren sie dort. Das sog. Co-cooning spielt hier ebenfalls mit hinein. Gerade der Bau von Wellnessanlagen ist für uns sehr ertragreich, da zu Dampfbad und Whirlpool auch entsprechende Ruhezone gehören. Weil immer mehr Immobilien vererbt werden, wird auch mehr saniert. Interessant ist, dass meine Kunden oft in kleineres Wohneigentum ziehen, dann aber richtig in die Ausstattung investieren. Immer häufiger stehen wir deshalb vor der Herausforderung, ein tolles Bad auf kleiner Fläche zu gestalten.

Spielt Barrierefreiheit für diese Zielgruppe eine Rolle?

Ja, aber man redet nicht offen darüber. Ich spreche das Thema meistens im zweiten Beratungsgespräch an – allerdings geschickt verpackt: Eine Sitzbank in der Dusche kann z. B. Gestaltungselement und Hilfe zugleich sein. Sowieso bekommt die Dusche in dieser Altersgruppe einen immer größeren Stellenwert, weil man sie auch mit einem Rollstuhl befahren kann.

Was raten Sie, um Schäden im Natursteinbad zu verhindern?

Die Schadensvermeidung fängt bei ehrlicher Beratung an. Oft kommen Kunden bereits mit einem Gesteinswunsch zu uns. Wenn ich Bedenken für einen Einsatz im Nassbereich habe, äußere ich diese. So habe ich schon Aufträge verloren – aber auch Kunden wiedergewonnen. Besteht jemand trotz Warnung auf seinem Wunsch, muss er mir schriftlich versichern, dass er auf mögliche Schäden hingewiesen wurde. Eine Imprägnierung der eingesetzten Natursteine empfehle ich generell. Außerdem geben wir dem Kunden ein Starter-Set aus Reinigungs- und Pflegemitteln mit Anleitungen an die Hand. Bei uns sind ausschließlich Verbundabdichtungen im Einsatz. Dichtmanschetten und der richtige Sitz der Unterputzteile sind beim Einbau der Armaturen unerlässlich. Der beste Schutz gegen Reklamationen ist eine detaillierte Ausführungsplanung, in die alle gewünschten Peripherieprodukte miteinbezogen werden. Ich baue nichts ein, bevor ein Kunde diese Vereinbarung nicht unterschrieben hat.

Welches Konzept steckt hinter Ihrer Ausstellung?

Erst letztes Jahr haben wir unseren Showroom »132« komplett umgebaut. Wir zeigen jetzt, wie man auch auf kleinen Flächen hochwertig und ansprechend gestalten kann. Darüber hinaus wollen wir unseren Kunden ein Raumgefühl vermitteln – und nicht nur Detaillösungen präsentieren.



Dusche aus Rosso Verona und Bianco mit Mosaik aus Rosso Verona, Bianco und Verde Guatemala, patiniert

Wie sehen Ihre Zukunftspläne aus?

Künftig werden wir unsere Referenzobjekte in Beratungsgesprächen verstärkt am Bildschirm präsentieren. Ein weiteres Ziel ist noch mehr »Engineering«, was bedeutet, unser lang erworbenes Know-how verstärkt an Dritte zu verkaufen. Und – last, but not least – wollen wir unseren Kunden natürlich noch speziellere, noch individuellere Lösungen bieten.

Interview: Susanne Storath

Schubert KG

Schrobenhausener Straße 132
Tel.: 0841/97474-0
85051 Ingolstadt
schubert@schubertdesign.de
www.schubertdesign.de



2. Qualifizierte Fortbildung zum

EUROPEAN MASTER OF CRAFT (EMC) für Steinmetzen und Steinbildhauer

Zum zweiten Mal wird diese internationale Weiterbildung durchgeführt. Neben der persönlichen Qualifikation wird dabei die des Meisters im Handwerk europaweit in Geltung gebracht.

Verlauf:

- Dauer: 2009-2011, 6 Stipendien in 6 Ländern
- 1. Bildungsblock 23.11.2009 - 04.12.2009, der Zeitpunkt der weiteren 5 Blöcke in 2010 und 2011 wird ggf. nach positivem Bescheid mitgeteilt.
- Unterkunft und Verpflegung werden gestellt, für die Reise ist der Stipendiat verantwortlich; EACD-Förderung möglich durch EU-Programm Leonardo da Vinci für lebenslanges Lernen (LLL).

Voraussetzungen:

- guter, höchstmöglicher Berufsabschluss (z. B. Meisterprüfung o. im jeweiligen Land vergleichbarer Rechtsstatus)
 - mind. 6 Jahre Berufspraxis
 - internationale Kontaktfreudigkeit
- Die Anzahl der Teilnehmer ist begrenzt. Schriftliche Bewerbungen sind bis zum 15.09.2009 per Post an nebenstehende Adresse zu senden.



european association of building crafts and design

eacd

European Association of Building Crafts and Design
Walburgerstraße 56
D-59494 Soest
www.eacd.cc